

Міністерство освіти і науки України
Львівський національний університет імені Івана Франка

Городняк І.В.

МАРКЕТИНГ ЗНАНЬ

Методичні вказівки та плани семінарських занять
для аспірантів спеціальності 075 Маркетинг



Львів-2025

Рекомендовано до друку
кафедрою маркетингу
Львівського національного університету імені Івана Франка
(протокол № 1 від 29 серпня 2025 року)

Рецензенти:

Майовець Євген Йосифович – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Львівського національного університету імені Івана Франка

Сенишин Оксана Степанівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Львівського національного університету імені Івана Франка

Городняк І.В. Маркетинг знань: Методичні вказівки та плани семінарських занять для аспірантів спеціальності 075 Маркетинг. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2025. 32с.

© Городняк І.В. 2025

ЗМІСТ

Передмова	4
Структура курсу	
Тема 1. Теоретико-методологічні засади вивчення маркетингу знань	6
Тема 2. Методологічні засади вивчення соціально-економічних знань населення	8
Тема 3. Освіта як сфера поширення знань	11
Тема 4. Парадигма маркетингу знань	14
Тема 5. Дослідження ринку знань	17
Тема 6. Маркетинг знань у віртуальному середовищі	21
Тема 7. Формування знань споживача	24
Рекомендована література	27
Перелік екзаменаційних питань з курсу	31

ПЕРЕДМОВА

Навчальна дисципліна «Маркетинг знань» передбачає вивчення теоретичних засад та практичних проблем сфери застосування знань та функціонування маркетингу знань. У межах курсу обґрунтовано методологічні засади вивчення знань. Визначено методологічні засади вивчення соціально-економічних знань населення. Розглянуто освіту як сферу поширення знань. Окреслено особливості формування ринку знань та комплексу маркетингу знань. Розглянуто маркетинг знань у віртуальному середовищі.

Метою вивчення вибіркової навчальної дисципліни «Маркетинг знань» є набуття аспірантами загальних теоретичних та практичних положень маркетингу знань. Зокрема суті категорії «знання», різновидів знань, методологічних засад маркетингу знань, формування ринку знань та комплексу маркетингу знань.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетинг знань» є:

- розуміння суті та особливостей категорії «знання»;
- вивчення особливостей різних видів знань;
- розуміння процесі інтеграції та диференціації різних видів знань;
- вивчення методологічних засад маркетингу знань;
- розуміння механізму формування та функціонування соціально-економічних знань населення;
- вивчення освіти як сфери поширення знань;
- визначення особливостей дослідження ринку знань;
- формування комплексу маркетингу знань;
- розуміння особливостей навчального процесу в ЗВО в умовах інформації суспільства.

У результаті вивчення навчальної дисципліни аспірант повинен:

знати:

- суть категорії «знання»;
- різновиди та особливості знання;
- сутність соціально-економічних знань населення;

- особливості освіти як сфери поширення знань;
- методологічні засади маркетингу знань;
- життєвий цикл знань людини;
- особливості формування ринку знань;
- специфіку маркетингу знань у віртуальному середовищі
- особливості навчального процесу в ЗВО в умовах інформації суспільства.

вміти:

- аналізувати різноманітні концептуальні підходи щодо трактування категорії «знання»;
- аналізувати співвідношення понять «знання» та «досвід»;
- визначати механізм формування та функціонування соціально-економічних знань населення;
- окреслювати наслідки формування соціально-економічних знань населення;
- аналізувати принципи та цілі освіти як сфери поширення знань;
- визначати суб'єкти та об'єкти маркетингу знань;
- аналізувати маркетингову товарну політику в сфері знань;
- визначати маркетингове ціноутворення на ринку знань;
- аналізувати комунікації та просування на ринку знань.

Тема 1. Теоретико-методологічні засади вивчення маркетингу знань

Суть та теоретико-методологічні засади маркетингу знань. Особливості трактування категорії «знання» у філософії, педагогіці, психології, соціології, теорії інформації. Аналіз суб'єктивного, результативно-підсумкового та відчужено-об'єктивного аспектів вивчення знання. Основні функції знання. Взаємозв'язок понять «знання» та «досвід». Вивчення знання є складового елементу соціального досвіду. Особливості взаємозв'язку знання та соціального досвіду.

Види знань та їхня характеристика. Аналіз видів знання за: рівнем пізнання (буденні, емпіричні, теоретичні); історичною стадійністю (донаукові, наукові, методологічні); приналежністю (особистісні (суб'єктивні), соціальні (об'єктивні)); простором функціонування (суб'єктні, парадигмальні, транссуб'єктні); видом відображення (фактологічні, понятійні, рефлексивні); логічною формою (факт, емпіричне поняття (загальне уявлення), емпіричний закон, думка (теоретичне поняття), модель, теоретичний закон, теорія). Співвідношення буденного та наукового знання. Трактування наукового знання як такого, що орієнтоване на дослідження закономірностей та пов'язане з теоретичною формою відображення світу. Теоретичне та емпіричне знання як рівні наукового знання. Особливості форм знання: «живі» знання, матеріалізовані знання та знання у вигляді інформації.

Концептуальні підходи до аналізу знання. Сутність феноменології Е.Гуссерля. Соціологія знання (М.Шелер, К.Маннгейм, В.Штарк). Залежність знання (соціального пізнання) від ціннісних орієнтацій в межах неокантіанського підходу (М.Вебер, А.Вебер, Т.Парсонс, А.Шелтінг, В.Штарк). Трактування знання представниками франкфуртської школи (Т.Адорно, Г.Маркузе, Ю.Хабермас, М.Хоркхаймер) та в межах феноменології (П.Бергер, К.Маннгейм, М.Шелер, А.Шюц). соціальне знання в концепції Е. Гідденса.

Рекомендована література

1. Городняк І.В. Соціологія освіти: навч. посібник. Львів: «Науковий Світ – 2000», 2011. 265с.
2. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 448с.
3. Пачковський Ю.Ф., Городняк І.В. Соціоекономічне знання в соціологічному вимірі: Монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 172с.
4. Бакіров В.С. «Суспільство знань» та трансформація вищої освіти. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Харків: Видавничий центр ХДУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. С.352-357.
5. Городняк І. Особливості формування і функціонування соціально-економічного знання. Психологія і суспільство. 2007. №3. С. 55-62.
6. Кушерець В. І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій. Київ: Знання України, 2002. – 248с.
7. Наумова М. Ю. Соціальне знання: спроба концептуалізації. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 1999. №2. С.106-116.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг: теорія і практика». Науковий журнал. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html.
2. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>.

Основні поняття і терміни

знання	«живе» знання
досвід	матеріалізоване знання
категорія	знання у вигляді інформації
суб'єктивне знання	інтеграція знань
результативно-підсумкове знання	диференціація знань

відчужено-об'єктивне знання	наукове знання
соціальний досвід	методологічне знання
повсякденний досвід	феноменологія
теоретичне знання	соціологія знання
емпіричне знання	соціальна дійсність
донаукове знання	маркетинг знань

План семінарського заняття

1. Суть та особливості трактування категорії «знання».
2. Взаємозв'язок понять «знання» та «досвід».
3. Види знань та їхня характеристика.
4. Концептуальні підходи до аналізу знання.

Контрольні запитання та завдання

1. Дайте визначення поняття «знання».
2. Окресліть особливості трактування суб'єктивного, результативно-підсумкового та відчужено-об'єктивного знання.
3. Визначте взаємозв'язок понять «знання» та «досвід».
4. Проаналізуйте різні підходи щодо визначення видів знань.
5. Окресліть особливості буденного та наукового знання.
6. Дайте визначення соціального досвіду.
7. Наведіть основні характеристики наукового знання.
8. У чому полягають особливості теоретичного та емпіричного знання?
9. Окресліть соціальне знання та його характеристики.

Тема 2. Методологічні засади вивчення соціально-економічних знань населення

Суть та основи інтеграції та диференціації різних видів знання. Окреслення сутності асиміляційного, інверсійного та інтегративного підходів

до визначення соціально-економічних понять. Форми взаємозв'язків між різними видами знань. Особливості взаємодії знань, взаємовпливу знань, взаємозв'язків знань та взаємопроникнення знань. Порівняльний аналіз інтеграції та диференціації знань.

Сутність соціально-економічного знання. Соціально-економічне знання як результат інтеграції знань, що існують в межах соціальної та економічної сфер суспільного життя. Механізм формування та функціонування соціально-економічного знання. Складові соціального механізму формування соціально-економічного знання: економічна культура, економічна свідомість, соціальні інститути освіти та просвіти. Основні аспекти економічного мислення. Особливості провадження просвітницької діяльності. Складові економічного виховання як системи методологічно-пізнавальних поглядів: економічні знання, вміння та навички, економічна життєва позиція. Умови формування соціально-економічних знань населення. Наслідки формування соціально-економічних знань населення: професіоналізація населення, реальна економічна поведінка населення, соціальна адаптація населення до нових умов. Різновиди економічної поведінки населення.

Рекомендована література

1. Городняк І.В. Соціологія освіти: навч. посібник. Львів: «Науковий Світ – 2000», 2011. 265с.
2. Матвійів М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 448с.
3. Пачковський Ю.Ф., Городняк І.В. Соціоекономічне знання в соціологічному вимірі: Монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 172с.
4. Бакіров В.С. «Суспільство знань» та трансформація вищої освіти. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Харків: Видавничий центр ХДУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. С.352-357.
5. Городняк І. Особливості формування і функціонування соціально-економічного знання. Психологія і суспільство. 2007. №3. С. 55-62.

6. Кушерець В. І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій. Київ: Знання України, 2002. – 248с.

7. Наумова М. Ю. Соціальне знання: спроба концептуалізації. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 1999. №2. С.106-116.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг: теорія і практика». Науковий журнал. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html.

2. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>.

Основні поняття і терміни

інтеграція знань	економічна освіта
диференціація знань	економічна просвіта
асиміляційний підхід	економічна ментальність
інверсійний підхід	професіоналізація населення
системно-інтегративний підхід	економічна поведінка
взаємодія знань	соціальна адаптація
взаємовплив знань	свідомість
взаємозв'язки знань	економічне виховання
взаємопроникнення знань	економічна життєва позиція
соціально-економічне знання	механізм
економічна культура	економічна свідомість

План семінарського заняття

1. Основи інтеграції та диференціації різних видів знання.
2. Сутність соціально-економічного знання.
3. Механізм формування та функціонування соціально-економічних знань населення.
4. Наслідки формування соціально-економічних знань населення.

Контрольні запитання та завдання

1. Дайте визначення поняття «соціально-економічне знання».
2. Здійсніть порівняльний аналіз інтеграції та диференціації знань.
3. Проаналізуйте форми взаємозв'язків між різними видами знань (взаємодія, взаємовплив, взаємозв'язки, взаємопроникнення знань).
4. Проаналізуйте асиміляційний, інверсійний та інтегративний підходи до визначення соціально-економічного знання.
5. Окресліть особливості трактування соціального знання.
6. Окресліть механізм формування та функціонування соціально-економічного знання.
7. Наведіть основні складові формування соціально-економічного знання.
8. Окресліть сутність та основні складові економічної культури.
9. Проаналізуйте ціннісно-мотиваційний, когнітивний та діяльнісний компоненти економічної культури.
10. Визначте основні аспекти економічного мислення.
11. Назвіть основні принципи економічної просвіти населення.
12. Окресліть складові економічного виховання.
13. Проаналізуйте наукові підходи щодо вивчення економічної ментальності населення.
14. Окресліть наслідки формування соціально-економічного знання.
15. Визначте різновиди економічної поведінки населення.

Тема 3. Освіта як сфера поширення знань

Суть освіти як соціального інституту суспільства. Освіта як смислово- та центротворюючий чинник формування та розвитку сучасного суспільства. Трактування освіти в межах культурологічного, діяльнісного, інституційного.

Специфічні риси освіти як соціального інституту суспільства.

Взаємозв'язок навчання та виховання як основних компонентів освіти. Соціокультурний характер інституту освіти. Ознаки інституту освіти.

Концептуальні підходи вивчення освіти. Тракткування освіти в межах функціонального підходу (Е.Дюркгайм, Т.Парсонс, Б.Кларк, Ф.Херн). Теорія людського капіталу щодо трактування освіти (А.Хелсі, Б.Андерсон). Теорія конфлікту щодо вивчення освіти (Ф.Колінз, Г.Гінтіс, І.Ілліх). Функції освіти. Соціальні принципи освіти. Основні цілі освіти. Інтенсивна, екстенсивна та продуктивна цілі освіти.

Рекомендована література

1. Городняк І.В. Соціологія освіти: навч. посібник. Львів: «Науковий Світ – 2000», 2011. 265с.
2. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 448с.
3. Пачковський Ю.Ф., Городняк І.В. Соціоекономічне знання в соціологічному вимірі: Монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 172с.
4. Бакіров В.С. «Суспільство знань» та трансформація вищої освіти. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Харків: Видавничий центр ХДУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. С.352-357.
5. Городняк І. Особливості формування і функціонування соціально-економічного знання. Психологія і суспільство. 2007. №3. С. 55-62.
6. Кущерець В. І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій. Київ: Знання України, 2002. – 248с.
7. Наумова М. Ю. Соціальне знання: спроба концептуалізації. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 1999. №2. С.106-116.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг і менеджмент інновацій». Науковий журнал. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.
2. «Маркетинг: теорія і практика». Науковий журнал. URL:

http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html.

3. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL:
<http://www.nbu.gov.ua/>.

Основні поняття і терміни

освіта	ознаки інституту освіти
соціальний інститут	функціональний підхід
сфера освіти	теорія людського капіталу
культурологічний аспект	теорія конфлікту
діяльнісний аспект	функції освіти
інституційний аспект	принципи освіти
специфічні риси освіти	інтенсивна ціль освіти
навчання	екстенсивна ціль освіти
виховання	продуктивна ціль освіти

План семінарського заняття

1. Освіта як соціальний інститут суспільства.
2. Концептуальні підходи вивчення освіти.
3. Функції, принципи та цілі освіти.

Контрольні запитання та завдання

1. Окресліть сутність освіти як соціального інституту суспільства.
2. Здійсніть порівняльний аналіз трактування освіти різними науковцями.
3. Проаналізуйте особливості вивчення освіти в межах культурологічного, діяльнісного та інституційного підходів.
4. Проаналізуйте специфічні риси освіти.
5. Окресліть особливості соціокультурного характеру інституту освіти.
6. Окресліть системоутворюючі ознаки інституту освіти.
7. Проаналізуйте концептуальні підходи вивчення освіти.
8. Окресліть основні функції освіти.

9. Проаналізуйте основні принципи освіти.
10. Визначте основні цілі освіти.
11. Окресліть важливість освіти в сучасних умовах невизначеності.

Тема 4. Парадигма маркетингу знань

Суть маркетингу знань. Методологічні засади маркетингу знань. Зміна типів освіченості особистості в залежності від типу суспільства. Способи скорочення дефіциту знань. Сутність процесів придбання знань, засвоєння знань та передача знань. Функції управління в процесі засвоєння та передачі знань. Аналіз основних етапів маркетингу знань: визначити, зібрати, вибрати, зберігати, розподілити, застосувати, створити, продати. Основні властивості знань. Формування відносин в сфері маркетингу знань. Менеджмент у сфері знань. Споживач знань (підприємство чи організація) як об'єкт управління. Кібернетичне визначення суті маркетингу знань.

Суб'єкти та об'єкти маркетингу в сфері знань. Функції організацій-споживачів знань. Освітні установи як суб'єкти, що формують пропозицію, виробляють і продають знання у вигляді освітніх послуг. Функцій навчального закладу. Посередницькі структури на ринку знань та їхні функції. Роль держави та її органів управління в маркетингу знань. Інтелектуальні товари і послуги як традиційні об'єкти маркетингу знань.

Життєвий цикл знань людини. Стадії людини як носія знань у процесі її відтворення. Природний, економічний та інноваційний оборот знань. Функціональний кругообіг знань як індивідуального людського капіталу.

Рекомендована література

1. Городняк І.В. Соціологія освіти: навч. посібник. Львів: «Науковий Світ – 2000», 2011. 265с.

2. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 448с.
3. Пачковський Ю.Ф., Городняк І.В. Соціоекономічне знання в соціологічному вимірі: Монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 172с.
4. Бакіров В.С. «Суспільство знань» та трансформація вищої освіти. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Харків: Видавничий центр ХДУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. С.352-357.
5. Городняк І. Особливості формування і функціонування соціально-економічного знання. Психологія і суспільство. 2007. №3. С. 55-62.
6. Кушерець В. І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій. Київ: Знання України, 2002. – 248с.
7. Наумова М. Ю. Соціальне знання: спроба концептуалізації. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 1999. №2. С.106-116.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг і реклама». Науковий журнал. URL: <http://mr.com.ua/>.
2. «Маркетинг і менеджмент інновацій». Науковий журнал. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.
3. «Маркетинг: теорія і практика». Науковий журнал. URL: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html.
4. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>.
5. Українська Асоціація Маркетингу URL: <http://uam.in.ua/>.

Основні поняття і терміни

інтеграція знань	економічна освіта
диференціація знань	економічна просвіта
асиміляційний підхід	економічна ментальність
інверсійний підхід	професіоналізація населення

системно-інтегративний підхід	економічна поведінка
взаємодія знань	соціальна адаптація
взаємовплив знань	свідомість
взаємозв'язки знань	економічне виховання
взаємопроникнення знань	економічна життєва позиція
соціально-економічне знання	механізм
економічна культура	економічна свідомість

План семінарського заняття

1. Методологічні засади маркетингу знань.
2. Суб'єкти та об'єкти маркетингу в сфері знань.
3. Життєвий цикл знань людини.

Контрольні запитання та завдання

1. Окресліть суть маркетингу знань.
2. Здійсніть порівняльний аналіз традиційного, ремісничого, індустріального та технологічного суспільств в контексті формування освіченості особистості.
3. Проаналізуйте особливості процесі придбання знань, засвоєння знань та передача знань.
4. Окресліть основні функції маркетингу знань.
5. Назвіть етапи маркетингу знань.
6. Окресліть суб'єкти маркетингу знань.
7. Назвіть основні функції організацій-споживачів знань.
8. Окресліть роль посередницьких структур на ринку знань.
9. Проаналізуйте стадії людини як носія знань.
10. Визначте особливості загального обороту знань як людського капіталу.
11. Назвіть відмінності між природним, економічним та інноваційним оборотом знань.
12. Окресліть складові економічного виховання.

13. Проаналізуйте наукові підходи щодо вивчення економічної ментальності населення.
14. Окресліть наслідки формування соціально-економічного знання.
15. Визначте різновиди економічної поведінки населення.

Тема 5. Дослідження ринку знань

Суть ринку знань. Відмінність знань від товарів і послуг. Знання як суспільний товар. Фази реалізації знань. Процес управління системою знань. Роль знань у міжпрофесійній мобільності. Попит на знання та їхня пропозиція. Витрати індивідуального споживача на знання та їхні види. Специфічна роль тимчасових витрат у формуванні попиту на знання. Зв'язок між ринком знань і ринком праці. Попит на знання та їхня пропозиція на ринку праці.

Комплекс маркетингу знань. Елементи маркетингу-мікс знань та його складові: продукт (знання), ціна, персонал, місце, просування. Визначення цільової аудиторії на ринку знань. Знання як основний інструмент заходів маркетинг-мікс.

Рекомендована література

1. Бакіров В.С. «Суспільство знань» та трансформація вищої освіти. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Харків: Видавничий центр ХДУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. С.352-357.
2. Галета Я.В., Козленко В.Г. Технологія освітнього маркетингу як напрям управлінської діяльності. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. 2023. Вип. 205. С. 27–31.
3. Гринькевич О.С. Управління конкурентоспроможністю вищої освіти в Україні: інституційний аналіз і моніторинг: монографія. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 462с.

4. Економіка знань. Енциклопедія сучасної України. 2009. <https://esu.com.ua/article-18730> (дата звернення: 09.05.2024).
5. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. Харків: ТОВ «Діса плюс», 2016. 192с.
6. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в інноваційній діяльності підприємств. Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes:, 2024. – С. 106-109.
7. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в управлінні стратегіями інноваційного розвитку промислового підприємства. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: кол. монографія / заг. ред. Є. В. Ромат, С. Ф. Смерічевський. Київ: Студцентр, 2021. Розд. 2. С. 120-137.
8. Кущерець В. І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій. Київ: Знання України, 2002. – 248с.
9. Лисиця Н.М., Притиченко Т.І., Гронь О.В. Перспективи маркетингу економічних освітніх послуг в Україні. Економіка розвитку. Серія: Механізм регулювання економіки, 2017. Вип. 1 (81). С. 5-15.
10. Майвіїв М.Я. Маркетингове ціноутворення на ринку знань. Вісник ТАНГ, 2006. №5-2. С. 77-85.
11. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 450с.
12. Маслак О.І., Данилко В.К., Гришко Н.Є., Скрипнюк К.О. Економіка знань: еволюція наукових уявлень, складові та чинники формування в новітніх умовах. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8457> (дата звернення: 09.05.2024).
13. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 448с.
14. Матвіїв М.Я. Методологія та організація маркетингового менеджменту в сфері вищої освіти: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2005. 560с.
15. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід: монографія. Київ, 2001. 208с.

16. Оболенська Т.Є. Маркетингові стратегії вищих навчальних закладів України. Маркетинг: теорія і практика. Луганськ, 2000. Вип. 4. С. 151-155.
17. Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Якушевська О.В. Освітній маркетинг в умовах економіки знань. Інфраструктура ринку, 2024. Вип. 77. С. 171-175.
18. Щудло С. Вища освіта у пошуках якості: quo vadis: монографія. Харків-Дрогобич: Коло, 2012. 340с.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг в Україні». Науковий журнал. URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>.
2. «Маркетинг і менеджмент інновацій». Науковий журнал. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.
3. «Маркетинг: теорія і практика». Науковий журнал. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html.
4. Головне управління статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Українська Асоціація Маркетингу URL: <http://uam.in.ua/>.
6. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuu.gov.ua/>.

Основні поняття і терміни

ринок знань	фахові знання
товар	міжпрофесійна мобільність
послуга	відповідність ринку праці
знання	система освіти
фази реалізації знань	комплекс маркетингу знань
управління системою знань	маркетинг - мікс
попит на знання	продукт
пропозиція знань	ціна
індивідуальний споживач	місце
витрати	просування

навички

персонал

уміння

споживач

тимчасові витрати

споживання знань

ринок праці

ринковий механізм

План семінарського заняття

1. Сутність рекламного дослідження.
2. Дослідження цілей реклами.
3. Дослідження психологічних факторів комунікативних цілей реклами.
4. Прогнозування ефективності рекламного звернення на цільову аудиторію.
5. Дослідження зв'язку рекламного звернення з його носіями.

Контрольні запитання та завдання

1. Окресліть суть ринку знань.
2. Здійсніть порівняльний аналіз знань та інших товарів і послуг.
3. Окресліть у чому полягає сутність знань як суспільного товару.
4. Визначте основні фази реалізації знань.
5. Окресліть роль знань у міжпрофесійній мобільності людини.
6. Назвіть чинники цінові та нецінові чинники формування попиту на знання.
7. Окресліть роль тимчасових витрат у формуванні попиту на знання.
8. Проаналізуйте взаємозв'язок між ринком знань і ринком праці.
9. Окресліть взаємозалежність між попитом на знання та їхньою пропозицією на ринку праці.
10. Визначте роль приватних навчальних закладів на ринку знань.
11. Назвіть особливості розробки комплексу маркетингу на ринку знань.

Тема 6. Маркетинг знань у віртуальному середовищі

Використання Інтернет-маркетингу як засобу просування та формування іміджу організації на цільовому ринку. Доцільність комплексного застосування українськими ЗВО інструментів і методів Інтернет-маркетингу для просування своїх науково-освітніх послуг на вітчизняному і світовому ринках.

Аналіз можливостей застосування ЗВО інструментів Інтернет-маркетингу на ринку науково-освітніх послуг. Складові інтернет-культури ЗВО: персонал, система навчання і перепідготовки, організація, мотивація, перенесення діяльності в Інтернет-простір. Формування та дослідження іміджу кафедри ЗВО. Зовнішній та внутрішній імідж кафедри ЗВО. Формування візуального, соціального та бізнес іміджу кафедри. Використання соціальних мереж в популяризації ЗВО. Роль сайту журналу к інструменту просування наукових знань. Основні завдання, які можна вирішити з використанням сайту журналу.

Особливості навчального процесу у ЗВО в умовах інформатизації суспільства. використання комп'ютерних мереж і технологій в освітній сфері. Можливості і загрози, що надає використання комп'ютерних мереж і технологій в освітній сфері.

Рекомендована література

1. Городняк І.В. Використання системи управління навчання moodle в умовах дистанційного навчання студентів закладів вищої освіти. Матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції «Організація співробітництва територіальних громад із закладами освіти у воєнний період». Дніпро, 2022. С.102-105.
2. Гринькевич О.С. Управління конкурентоспроможністю вищої освіти в Україні: інституційний аналіз і моніторинг: монографія. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 462с.
3. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. Харків: ТОВ «Діса плюс», 2016. 192с.

4. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 448с.
5. Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Якушевська О.В. Освітній маркетинг в умовах економіки знань. Інфраструктура ринку, 2024. Вип. 77. С. 171-175.
6. Щудло С. Вища освіта у пошуках якості: quo vadis: монографія. Харків-Дрогобич: Коло, 2012. 340с.
7. Галета Я.В., Козленко В.Г. Технологія освітнього маркетингу як напрям управлінської діяльності. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. 2023. Вип. 205. С. 27–31.
8. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в інноваційній діяльності підприємств. Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes:, 2024. – С. 106-109.
9. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в управлінні стратегіями інноваційного розвитку промислового підприємства. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: кол. монографія / заг. ред. Є. В. Ромат, С. Ф. Смерічевський. Київ: Студцентр, 2021. Розд. 2. С. 120-137.
10. Кушерець В. І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій. Київ: Знання України, 2002. – 248с.
11. Лисиця Н.М., Притиченко Т.І., Гронь О.В. Перспективи маркетингу економічних освітніх послуг в Україні. Економіка розвитку. Серія: Механізм регулювання економіки, 2017. Вип. 1 (81). С. 5-15.
12. Матвіїв М.Я. Методологія та організація маркетингового менеджменту в сфері вищої освіти: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2005. 560с.
13. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід: монографія. Київ, 2001. 208с.
14. Оболенська Т.Є. Маркетингові стратегії вищих навчальних закладів України. Маркетинг: теорія і практика. Луганськ, 2000. Вип. 4. С. 151-155.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг в Україні». Науковий журнал. URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>.
2. «Маркетинг і реклама». Науковий журнал. URL: <http://mr.com.ua/>.
3. Українська Асоціація Маркетингу URL: <http://uam.in.ua/>.
4. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

Основні поняття і терміни

маркетинг знань	імідж кафедри ЗВО
віртуальне середовище	імідж товару
інтернет-маркетинг	зовнішній імідж кафедри ЗВО
заклад вищої освіти	внутрішній імідж кафедри ЗВО
діяльність ЗВО	імідж персоналу
ринок освітніх послуг	візуальний імідж кафедри
інструменти інтернет-маркетингу	соціальний імідж кафедри
ринок науково-освітніх послуг	бізнес-імідж кафедри
інтернет-культура ЗВО	просування наукових знань
персонал	сайт журналу
система навчання і перепідготовки	бази індексування
організація	маркетинг інновацій
мотивація	інноваційний менеджмент
перенесення діяльності в інтернет-простір	навчальний процес
умови інформатизації суспільства	дистанційне навчання

План семінарського заняття

1. Інтернет-маркетинг у діяльності ЗВО.
2. Сайт журналу як інструмент просування наукових знань.
3. Особливості навчального процесу в ЗВО в умовах інформації суспільства.

Контрольні запитання та завдання

1. Охарактеризуйте суть рекламного процесу.
2. У чому полягає відмінність діяльності рекламодавця на різних типах ринків?
3. Проаналізуйте особливості організації рекламного процесу на міжнародному ринку.
4. Окресліть основні принципи організації рекламної діяльності.
5. Назвіть чинники, від яких чинників залежать організаційні структури рекламної діяльності підприємства.
6. Визначте основні завдання служби маркетингу.
7. Проаналізуйте функції служби реклами.
8. Окресліть основні етапи структури рекламного процесу.
9. Які методи позиціонування товару використовують рекламодавці?
10. Проаналізуйте особливості створення іміджу підприємства.
11. Назвіть та проаналізуйте елементи фірмового стилю.

Тема 7. Формування знань споживача

Знання споживача. Види знань споживачів. Знання споживачів про товари, про бренд та про покупку. Джерела отримання знань споживачем. Особистісні та суспільні джерела знань. Вплив набутого соціального досвіду на поведінку споживача. Вплив засобів масової інформації на поведінку споживачів.

Методи навчання споживачів. Біхевіориський підхід до навчання. Модель класичного наочіння І. Павлова. Використання класичного наочіння в рекламі. Метод інструментального навчання. Модель інструментального наочіння. Когнітивне навчання. Методи когнітивного навчання.

Рекомендована література

1. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.
2. Ларіна Я.С., Рябчик А.В. Поведінка споживача: навч. посіб. Київ: Видавничий центр «Академія», 2014. 224с.
3. Окландер М. А., Жарська І.О. Поведінка споживача: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2014. 208с.
4. Шафалюк О.К. Поведінка споживачів: курс лекцій. Київ: КНЕУ, 2003. 68с.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг в Україні». Науковий журнал. URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>.
2. «Маркетинг і реклама». Науковий журнал. URL: <http://mr.com.ua/>.
3. Українська Асоціація Маркетингу URL: <http://uam.in.ua/>.
4. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

Основні поняття і терміни

знання споживачів про бренд	знання споживачів про товари
знання споживачів про покупку	диференціація знань
особистісні джерела знань	суспільні джерела знань
класичне навчання	інструментальне навчання
біхевіориський підхід	когнітивне навчання

План семінарського заняття

1. Види знань споживача.
2. Джереда формування знань споживача.
3. Методи навчання споживачів.

Контрольні запитання та завдання

1. Проаналізувати співвідношення понять «знання» та «досвід».
2. У чому полягають особливості диференціації й інтеграції різних видів

знань?

3. Дати визначення поняття «знання споживача».
4. Назвати типи та джерела знань споживачів.
5. Чому компанія має турбуватися про максимальну поінформованість споживачів про її товар?
6. Проаналізувати різні джерела отримання знань споживачем.
7. Яку роль відіграють засоби масової інформації у формуванні знань споживача?
8. Як може змінитися рекламна стратегія залежно від знань споживачів?
9. Фірма виробляє мобільні телефони всіх типів у широкому ціновому діапазоні. Дослідження виявили, що, приймаючи рішення про купівлю телефону, найважливішу роль відіграє усна інформація. Описати стратегії застосування цього джерела впливу на споживачів. Яка з них, на Вашу думку, буде ефективнішою? Відповідь обґрунтувати.

Велика фірма-виробник косметичних і гігієнічних засобів вирішила розширити свій асортимент. З цією метою вона планує випускати, крім трьох вже існуючих на ринку, нову зубну пасту. Визначити, які види знань споживача можуть знадобитися фірмі для виведення товару на ринок?

Рекомендована література

Базова

1. Городняк І.В. Соціологія освіти: навч. посібник. Львів: «Науковий Світ – 2000», 2011. 265с.
2. Гринькевич О.С. Управління конкурентоспроможністю вищої освіти в Україні: інституційний аналіз і моніторинг: монографія. Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2018. 462с.
3. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. Харків: ТОВ «Діса плюс», 2016. 192с.
4. Матвіїв М.Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційний аспекти: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2007. 448с.
5. Ольховська А.Б. Маркетинг знань: методичні рекомендації до практичних занять. Харків: НФаУ, 2015. 54с.
6. Пачковський Ю.Ф., Городняк І.В. Соціоекономічне знання в соціологічному вимірі: Монографія. Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2007. 172с.
7. Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Якушевська О.В. Освітній маркетинг в умовах економіки знань. Інфраструктура ринку, 2024. Вип. 77. С. 171-175.
8. Щудло С. Вища освіта у пошуках якості: quo vadis: монографія. Харків-Дрогобич: Коло, 2012. 340с.

Допоміжна

1. Бакіров В.С. «Суспільство знань» та трансформація вищої освіти. Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Харків: Видавничий центр ХДУ ім. В.Н.Каразіна, 2006. С.352-357.
2. Галета Я.В., Козленко В.Г. Технологія освітнього маркетингу як напрям управлінської діяльності. Наукові записки. Серія: Педагогічні науки. 2023. Вип. 205. С. 27–31.
3. Городняк І. Особливості формування і функціонування соціально-економічного знання. Психологія і суспільство. 2007. №3. С. 55-62.

4. Городняк І.В. Використання системи управління навчання moodle в умовах дистанційного навчання студентів закладів вищої освіти. Матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції «Організація співробітництва територіальних громад із закладами освіти у воєнний період». Дніпро, 2022. С.102-105.
5. Городняк І.В. Громадянська освіта в умовах глобалізації. Міжнародна науково-практична конференція для освітян «Березневий науковий дискурс 2023 на тему: «Детермінанти посилення ролі освіти у повоєнному відновленні України»». Чернігів, 2023. С. 310-312.
6. Дмитрів А.Я., Коцьо О.Я. Обґрунтування концептуальних положень стратегування маркетингової політики розвитку вищих навчальних закладів. Глобальні та національні проблеми економіки, 2015. Вип. 8. С. 383-387.
7. Економіка знань. Енциклопедія сучасної України. 2009. <https://esu.com.ua/article-18730> (дата звернення: 09.05.2024).
8. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в інноваційній діяльності підприємств. Innovative technologies of marketing and management in conditions of transformational changes:, 2024. – С. 106-109.
9. Ілляшенко С.М., Ілляшенко Н.С., Шипуліна Ю.С. Маркетинг знань в управлінні стратегіями інноваційного розвитку промислового підприємства. Сучасний маркетинг: тренди, інновації, інструменти: кол. монографія / заг. ред. Є. В. Ромат, С. Ф. Смерічевський. Київ: Студцентр, 2021. Розд. 2. С. 120-137.
10. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С. Маркетинг знань в інтелектуальному бізнесі. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємство: матеріали 8-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Полтава, 2025. Ч. 2. С. 451-453.
11. Кущерець В. І. Знання як стратегічний ресурс суспільних трансформацій. Київ: Знання України, 2002. – 248с.
12. Лисиця Н.М., Притиченко Т.І., Гронь О.В. Перспективи маркетингу економічних освітніх послуг в Україні. Економіка розвитку. Серія: Механізм регулювання економіки, 2017. Вип. 1 (81). С. 5-15.

13. Майвіїв М.Я. Маркетингове ціноутворення на ринку знань. Вісник ТАНГ, 2006. №5-2. С. 77-85.
14. Майовець Є.Й. Маркетинг: теорія та методологія: навч. посібник. Львів: Видавн. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2015. 450с.
15. Маслак О.І., Данилко В.К., Гришко Н.Є., Скрипнюк К.О. Економіка знань: еволюція наукових уявлень, складові та чинники формування в новітніх умовах. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8457> (дата звернення: 09.05.2024).
16. Матвіїв М.Я. Методологія та організація маркетингового менеджменту в сфері вищої освіти: монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2005. 560с.
17. Наумова М. Ю. Соціальне знання: спроба концептуалізації. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. 1999. №2. С.106-116.
18. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід: монографія. Київ, 2001. 208с.
19. Оболенська Т.Є. Маркетингові стратегії вищих навчальних закладів України. Маркетинг: теорія і практика. Луганськ, 2000. Вип. 4. С. 151-155.
20. Iliashenko, S., Shypulina, Y., Iliashenko, N., Gryshchenko, O., & Derykolenko, A. (2020). Knowledge management at Ukrainian industrial enterprises in the context of innovative development. *Engineering Management in Production and Services*, 12 (3), 43–56. URL:<http://doi.org/10.2478/emj-2020-0018>
21. Simard Albert (2006). Knowledge markets: More than Providers and Users. *BGD Internet Research Society Transactions*. 2 (2). 4–9.

Інформаційні ресурси

1. «Маркетинг в Україні». Науковий журнал. URL: <http://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/>.
2. «Маркетинг і реклама». Науковий журнал. URL: <http://mr.com.ua/>.
3. «Маркетинг і менеджмент інновацій». Науковий журнал. URL: <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>.

4. «Маркетинг: теорія і практика». Науковий журнал. URL: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mtip/index.html.

5. Головне управління статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Українська Асоціація Маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>.

7. Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuu.gov.ua/>.

8. Сторінка курсу на платформі MOODLE <https://e-learning.lnu.edu.ua/course/view.php?id=6452>

Питання на іспит з курсу „Маркетинг знань”

1. Суть та особливості трактування категорії «знання».
2. Взаємозв'язок понять «знання» та «досвід».
3. Види знань та їхня характеристика.
4. Особливості буденного та наукового знання, теоретичного та емпіричного знання.
5. Основні функції знання.
6. Форми взаємозв'язків між різними видами знань.
7. Концептуальні підходи до аналізу знання.
8. Неокантіанський підхід щодо вивчення знань.
9. Феноменологічний напрям аналізу знань.
10. Соціальне знання в концепції Е.Гідденса.
11. Соціологічні підходи аналізу знання.
12. Інтеграція та диференціація знань.
13. Сутність соціально-економічного знання.
14. Механізм формування та функціонування соціально-економічних знань населення.
15. Економічна культура та її компоненти.
16. Економічна свідомість людини.
17. Основні аспекти вивчення економічного мислення.
18. Економічне мислення як інтелектуальна власність людини.
19. Економічна освіта та просвіта населення.
20. Наслідками формування соціально-економічного знання.
21. Економічна поведінка населення.
22. Освіта як соціальний інститут суспільства.
23. Роль освіти в поширенні знань.
24. Концептуальні підходи вивчення освіти.
25. Функції освіти.
26. Принципи освіти.
27. Цілі освіти.
28. Методологічні засади маркетингу знань.

29. Зміна типів освіченості особистості.
30. Суть етапів маркетингу знань.
31. Суб'єкти та об'єкти маркетингу в сфері знань.
32. Життєвий цикл знань людини.
33. Стадії загального життєвого циклу знань.
34. Функціональний кругообіг знань людини.
35. Особливості формування ринку знань.
36. Особливості формування комплексу маркетингу знань.
37. Маркетингова товарна політика в сфері знань.
38. Маркетингове ціноутворення на ринку знань.
39. Комунікації та просування на ринку знань.
40. Використання Інтернет-маркетинг у діяльності ЗВО.
41. Сайт журналу як інструмент просування наукових знань.
42. Організація навчального процесу в ЗВО в умовах інформації суспільства.
43. Знання споживача.
44. Види знань споживача.
45. Джерела отримання знань споживачем.
46. Особистісні та суспільні джерела знань.
47. Вплив набутого соціального досвіду на поведінку споживача.
48. Вплив засобів масової інформації на поведінку споживачів.
49. Методи навчання споживачів.
50. Вплив знань споживача на формування його споживчої поведінки.